

Dominasi Pasar Platform Digital dan Implikasinya terhadap Hukum Persaingan Usaha di Indonesia

Meyta Azhar Mariska¹, Zahwa Rantikasari², Andhika Nugraha³, Angga Hendrik Yanuar⁴, Aufa Nur Angkasa⁵, Johan Muhammad Rizki⁶, Nandang Najmudin⁷.

¹Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Gunung Djati

Bandung, Indonesia.

Email: meytaazhar02@gmail.com

²Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Gunung Djati

Bandung, Indonesia.

Email: zahwarantikasari@gmail.com

³Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Gunung Djati

Bandung, Indonesia.

Email: andikanugraha358@gmail.com

⁴Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Gunung Djati

Bandung, Indonesia.

Email: anggahendrik30@gmail.com

⁵Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Gunung Djati

Bandung, Indonesia.

Email: aufagt4@gmail.com

⁶Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Gunung Djati

Bandung, Indonesia.

Email: johanmrizki@gmail.com

⁷Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Gunung Djati

Bandung, Indonesia.

Email: Nandangnajmudin@uinsgdac.id

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital yang sangat pesat di Indonesia telah melahirkan raksasa platform digital yang menguasai ekosistem pasar dari hulu ke hilir. Dominasi ini menimbulkan tantangan serius bagi rezim hukum persaingan usaha yang selama ini bertumpu pada parameter konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik dominasi pasar oleh platform digital dalam struktur multi sided market serta implikasi yuridisnya terhadap penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang undangan dan pendekatan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen hukum dalam Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengalami regulatory lag yang parah dalam mendeteksi dan menjerat praktik anti persaingan digital seperti self preferencing, tying agreement berbasis integrasi teknologi, serta predatory pricing yang terselubung di balik strategi bakar uang. Parameter tradisional seperti pasar bersangkutan (relevant market) dan pengujian biaya variabel rata rata

terbukti tidak lagi relevan diterapkan pada ekosistem ekonomi tanpa harga (*zero price economy*). Kebaharuan penelitian ini terletak pada analisis urgensi rekonstruksi doktrin hukum kompetisi yang bergeser pada aspek forensik algoritma dan penguasaan data masif. Kesimpulan penelitian mendesak dilakukannya amandemen terhadap regulasi persaingan usaha nasional serta penguatan hukum acara Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) melalui adopsi sistem *pre merger notification* demi melindungi inovasi pelaku usaha domestik.

Kata Kunci: bentuk usaha tetap, hukum dagang indonesia, investasi asing, penanaman modal, perpajakan internasional

Abstract

The rapid development of the digital economy in Indonesia has given rise to tech giants that control market ecosystems from end to end. This dominance poses serious challenges to the competition law regime, which has traditionally relied on conventional parameters. This study aims to analyze the characteristics of market dominance by digital platforms within a multi sided market structure and its juridical implications for the enforcement of competition law in Indonesia. The research method employed is normative legal research with statutory and conceptual approaches. The results indicate that the legal instruments under Law Number 5 of 1999 suffer from severe regulatory lag in detecting and prosecuting digital anti competitive practices such as self preferencing, technology-based tying agreements, and predatory pricing disguised behind burning money strategies. Traditional parameters like the relevant market and average variable cost tests are proven to no longer be relevant when applied to a zero price economy ecosystem. The novelty of this research lies in the urgent analysis of reconstructing competition law doctrines, shifting towards algorithmic forensics and massive data control. The study concludes with an urgent call for amendments to national competition regulations and the strengthening of the Commission for the Supervision of Business Competition (KPPU) procedural law through the adoption of a *pre merger notification* system to safeguard the innovation of domestic business actors.

Keywords: digital platforms, competition law, kppu, market dominance, multi sided market

PENDAHULUAN

Transformasi lanskap ekonomi global yang dipicu oleh revolusi teknologi informasi telah mengubah secara radikal peta jalan perdagangan di Indonesia. Kehadiran berbagai platform digital terintegrasi tidak lagi sekadar berfungsi sebagai media alternatif dalam bertransaksi, melainkan telah berevolusi menjadi penguasa ekosistem pasar baru yang mengendalikan jalur distribusi barang dan jasa dari hulu hingga ke hilir. Fenomena ini melahirkan kekuatan ekonomi baru yang sangat masif, di mana segelintir korporasi teknologi multinasional mampu melakukan akumulasi modal dan penguasaan jaringan secara eksponensial dalam waktu yang relatif singkat. Dari sudut pandang pertumbuhan ekonomi makro, digitalisasi ini tentu membawa dampak positif berupa efisiensi biaya transaksi, perluasan akses pasar bagi sebagian pelaku usaha mandiri, serta kemudahan konsumsi bagi masyarakat luas. Namun, di balik narasi kenyamanan komersial tersebut, kelompok kami melihat adanya ancaman struktural yang sangat serius terhadap pilar demokrasi ekonomi dan keadilan berusaha di dalam negeri. Dominasi absolut yang dimiliki oleh platform raksasa ini secara perlahan namun pasti telah menciptakan pemusatan kekuatan ekonomi yang cenderung distortif dan mematikan iklim kompetisi yang sehat.

Anomali terbesar dalam ekosistem ekonomi digital ini terletak pada karakteristik pasarnya yang beroperasi sebagai *multi sided market*, di mana sebuah platform bertindak sebagai episentrum yang menghubungkan berbagai kelompok pengguna yang berbeda secara bersamaan. Struktur pasar yang hibrida ini melahirkan model bisnis baru yang dikenal sebagai *zero price economy*, sebuah kondisi di mana konsumen akhir dapat mengakses dan menikmati layanan utama platform tanpa dipungut biaya finansial sama sekali.¹ Pola transaksi tanpa harga ini secara langsung memicu benturan doktriner yang sangat hebat dengan rezim hukum persaingan usaha konvensional di Indonesia yang

¹ Sih Yuliana Wahyuningtyas, *Hukum Persaingan Usaha dalam Ranah Ekonomi Digital di Indonesia* (Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2021), hlm. 45.

bersumber dari Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Doktrin hukum kompetisi klasik yang kita miliki saat ini masih sangat bergantung pada parameter harga moneter dan volume fisik untuk menentukan pasar bersangkutan (*relevant market*) serta untuk mendeteksi adanya penyalahgunaan posisi dominan. Akibatnya, kelompok kami menganalisis bahwa hukum positif perpajakan dan persaingan usaha nasional saat ini tengah mengalami ketertinggalan regulasi (*regulatory lag*) yang sangat parah. KPPU sebagai otoritas pengawas seolah kehilangan instrumen hukum yang presisi karena hukum positif kita masih gagap dalam membaca bahwa dalam dunia digital, komoditas utama yang diperebutkan bukanlah uang, melainkan penguasaan *big data* dan perhatian pengguna (*attention economy*).

Lebih jauh lagi, kekuatan dominan dari platform digital ini diperkuat oleh adanya kekuatan akumulatif dari efek jaringan (*network effects*). Efek jaringan ini memastikan bahwa semakin besar jumlah pengguna yang terikat dalam suatu platform, maka nilai dan daya tarik platform tersebut akan meningkat secara berlipat ganda, sehingga secara alami menciptakan kondisi pasar yang bersifat *winner takes all*. Dalam pandangan kelompok kami, karakteristik alamiah ekonomi digital yang monopolistik ini menjadi ladang yang sangat subur bagi tumbuh suburnya berbagai praktik anti persaingan terselubung. Pelaku usaha raksasa dapat dengan sangat mudah memanipulasi arsitektur digital dan algoritma pencarian mereka untuk menjalankan strategi *self preferencing*, yaitu memprioritaskan lini produk atau jasa keuangan milik ekosistem mereka sendiri sembari menenggelamkan visibilitas produk milik pelaku UMKM lokal. Tidak hanya itu, modal besar yang disokong oleh modal ventura global juga kerap digunakan untuk menjalankan strategi bakar uang (*burning money*) secara berkepanjangan yang mengarah pada praktik jual rugi atau *predatory pricing*. Tindakan ini sengaja diambil demi mematikan para pesaing konvensional dan kompetitor rintisan lokal yang tidak memiliki bantalan modal yang kuat, untuk kemudian melakukan monopoli penuh setelah pasar berhasil dikuasai secara mutlak.

Berangkat dari kompleksitas permasalahan di atas, kelompok kami menilai bahwa pengkajian yang mendalam mengenai implikasi dominasi pasar digital terhadap hukum persaingan usaha di Indonesia menjadi sebuah urgensi akademis yang tidak dapat ditunda lagi. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memotret kelemahan pasal pasal substantif di dalam Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999, melainkan juga diarahkan untuk menawarkan rekonstruksi pemikiran hukum perdata komersial yang lebih progresif. Kebaharuan dari penelitian yang kelompok kami lakukan ini terletak pada penekanan analisis hukum yang bergeser dari sekadar pengujian biaya variabel konvensional menuju pada pendekatan forensik algoritma, penataan ulang batas kewenangan kelembagaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha, serta urgensi penerapan sistem pra notifikasi (*pre merger notification*) untuk membendung praktik *killer acquisitions* yang mengancam inovasi domestik.² Melalui pendekatan hukum normatif yang menggunakan analisis perundang undangan serta pendekatan konseptual yang matang, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi pembaruan hukum ekonomi nasional demi menjaga kedaulatan pasar domestik di tengah derasnya arus disrupti teknologi digital.

METODE

Penelitian yang kelompok kami lakukan menggunakan metode penelitian hukum normatif atau doktriner yang berfokus pada analisis kekosongan norma serta ketertinggalan regulasi persaingan usaha di era digital. Pendekatan yang diterapkan meliputi pendekatan perundang undangan (*statute approach*) untuk menelaah secara kritis Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999, serta pendekatan

² Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia: Tantangan Rezim Ekonomi Digital* (Jakarta: Kencana, 2022), hlm. 198.

konseptual (*conceptual approach*) untuk membedah doktrin ekonomi digital seperti *multi sided market* dan efek jaringan yang belum terakomodasi dalam hukum positif nasional.

Sumber data dalam penelitian ini sepenuhnya bersumber dari data sekunder yang diklasifikasikan ke dalam dua tingkatan utama. Bahan hukum primer terdiri atas peraturan perundang undangan yang berkaitan langsung dengan hukum kompetisi domestik, sedangkan bahan hukum sekunder mencakup literatur ilmiah, buku teks, serta jurnal hukum bereputasi lima tahun terakhir. Seluruh bahan hukum tersebut kemudian diolah secara kualitatif menggunakan metode penalaran logika deduktif guna menghasilkan kesimpulan yang bersifat preskriptif bagi arah reformasi hukum persaingan usaha nasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Multi-Sided Market dan Relevansi Pasar dalam Ekosistem Platform Digital

Dalam konseptualisasi hukum persaingan usaha konvensional yang bertumpu pada ketentuan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999, penentuan pasar bersangkutan (*relevant market*) selalu menjadi langkah awal yang mutlak untuk mengukur ada atau tidaknya monopoli maupun penyalahgunaan posisi dominan. Tradisi hukum kompetisi klasik biasanya menggunakan parameter geografis dan produk yang diuji melalui elastisitas harga, seperti penerapan *Small but Significant and Non-Transitory Increase in Price (SSNIP) test*, guna melihat sejauh mana konsumen akan beralih ke produk substitusi ketika terjadi kenaikan harga. Namun, kelompok kami menganalisis bahwa pendekatan pengujian tersebut langsung menemui jalan buntu ketika dihadapkan pada karakteristik ekosistem platform digital yang beroperasi sebagai *multi sided market*. Platform digital modern tidak lagi mengandalkan transaksi linier satu arah antara penjual dan pembeli, melainkan bertindak sebagai fasilitator yang menghubungkan berbagai kelompok pengguna yang berbeda secara simultan, seperti konsumen akhir, mitra pengemudi, merchant, dan pengiklan.

Anomali terbesar yang lahir dari struktur pasar ini adalah penerapan strategi *zero price economy* pada salah satu sisi pasar, di mana konsumen sering kali dapat menikmati layanan platform secara gratis tanpa dipungut biaya sepeser pun. Kelompok kami melihat bahwa ketiadaan komponen harga ini mereduksi efektivitas *SSNIP test* secara drastis, karena persaingan di dunia digital tidak lagi memperebutkan nilai moneter, melainkan memperebutkan perhatian pengguna (*attention economy*) dan penguasaan data personal secara masif. Di sisi pasar yang lain, platform digital baru akan melakukan monetisasi melalui penjualan ruang iklan yang dipersonalisasi atau penarikan biaya komisi dari para pelaku usaha sekunder. Fenomena subsidi silang antarsisi pasar ini menyebabkan batas-batas pasar bersangkutan menjadi sangat kabur dan cair, sehingga Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) tidak bisa lagi sekadar menghitung pangsa pasar berdasarkan volume penjualan fisik maupun batasan wilayah geografis tradisional domestik. Dalam struktur pasar digital, hubungan ekonomi yang tercipta tidak lagi berlangsung secara sederhana antara penjual dan pembeli sebagaimana yang ditemukan dalam pasar konvensional. Sebaliknya, platform digital berperan sebagai perantara yang menghubungkan berbagai kelompok pengguna yang saling bergantung satu sama lain. Keberadaan konsumen, pelaku

usaha, pengiklan, penyedia jasa, hingga pengembang aplikasi membentuk suatu ekosistem yang menghasilkan nilai ekonomi melalui interaksi antarpihak tersebut. Oleh karena itu, kekuatan pasar suatu platform tidak dapat diukur hanya dari jumlah transaksi atau pendapatan yang diperoleh, melainkan juga dari kemampuan platform dalam mengendalikan interaksi antar pengguna dan mengelola arus informasi yang terjadi di dalam ekosistemnya. Kondisi ini mengakibatkan konsep pasar bersangkutan yang selama ini menjadi dasar analisis hukum persaingan usaha menghadapi tantangan yang signifikan ketika diterapkan pada sektor digital. Pendekatan konvensional yang menitikberatkan pada substitusi produk dan persaingan harga menjadi kurang memadai karena aktivitas ekonomi digital sering kali melibatkan layanan yang diberikan secara gratis kepada salah satu kelompok pengguna, sementara keuntungan diperoleh dari kelompok pengguna lainnya. Dengan demikian, analisis pasar bersangkutan dalam ekonomi digital memerlukan pendekatan yang lebih luas dengan mempertimbangkan hubungan antarsisi pasar, mekanisme monetisasi data, serta tingkat ketergantungan pengguna terhadap suatu platform digital.³

B. Manifestasi Penyalahgunaan Posisi Dominan melalui Praktik Tying Agreement dan Self-Preferencing

Ketika suatu platform digital telah berhasil mengunci pengguna dalam ekosistemnya melalui efek jaringan yang kuat, kepemilikan posisi dominan tersebut sering kali bergeser menjadi perilaku anti persaingan yang merugikan iklim usaha melalui manifestasi tindakan yang sangat halus namun destruktif. Salah satu praktik yang paling sering kelompok kami amati dalam ekosistem platform digital di Indonesia adalah tindakan *self preferencing*, yaitu kecenderungan platform yang memiliki peran ganda sebagai penyedia pasar (*marketplace*) sekaligus penjual produk untuk memanipulasi algoritma pencarian demi menguntungkan produk atau lini jasa finansial milik ekosistem mereka sendiri. Melalui kendali penuh atas arsitektur digital dan data logistik, platform dapat dengan sangat mudah menempatkan produk terafiliasi mereka di halaman utama, sementara produk dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kompetitor sengaja ditenggelamkan jauh di urutan bawah pencarian. Kelompok kami menilai tindakan ini sebagai bentuk penyalahgunaan struktur pasar yang tidak adil karena platform tidak lagi bertindak sebagai wasit yang netral melainkan merangkap sebagai pemain yang mengontrol jalannya kompetisi.

Praktik manipulatif ini secara inheren juga kerap dikombinasikan dengan perjanjian tertutup atau *tying agreement* yang dilarang keras di dalam ketentuan Pasal 15 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999. Di dalam dunia digital, praktik *tying* dan *bundling* tidak lagi berwujud pemaksaan pembelian barang fisik secara kasat mata, melainkan bermutasi ke dalam bentuk integrasi teknologi yang memaksa, seperti kewajiban bagi mitra penjual untuk hanya menggunakan layanan pengiriman logistik tertentu atau sistem dompet digital tertentu yang berada di bawah kepemilikan korporasi induk platform tersebut.³ Kelompok kami menganalisis bahwa strategi penguncian ekosistem (*ecosystem lock in*) ini secara sistematis menutup pintu masuk bagi perusahaan penyedia jasa logistik dan tekfin independen lainnya untuk bersaing memperebutkan konsumen atas dasar kualitas pelayanan dan efisiensi harga. Akibatnya, pilihan konsumen menjadi tereduksi dan inovasi di sektor pendukung menjadi mati karena terhalang oleh tembok ekosistem yang eksklusif.

Dampak jangka panjang dari penyalahgunaan posisi dominan ini sangat

³ Rizky Ramadhan, "Praktik *Self Preferencing* oleh Platform *E Commerce* Raksasa dalam Perspektif Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999," *Jurnal Hukum Bisnis Indonesia* 11, no. 2 (2023): hlm. 94.

mengkhawatirkan bagi kedaulatan ekonomi nasional. Ketika persaingan antarplatform telah mandek dan digantikan oleh monopoli absolut oleh segelintir konglomerasi digital, platform akan memiliki kekuatan penuh untuk menentukan tarif komisi (*take rate*) yang tinggi secara sepihak kepada para mitra merchant lokal tanpa ada opsi tawar menawar. Tindakan mengeksploitasi ketergantungan ekonomi para pelaku usaha kecil ini merupakan bentuk nyata dari pelanggaran asas keadilan dalam berusaha. Lebih jauh lagi, dominasi pasar di era ekonomi digital diperkuat secara radikal oleh adanya *network effects* atau efek jaringan, yaitu suatu kondisi ketika nilai dan manfaat suatu platform meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna yang bergabung dan berpartisipasi di dalamnya. Dalam kondisi demikian, setiap pengguna baru tidak hanya menambah jumlah konsumen, tetapi juga meningkatkan nilai ekonomi yang dapat dirasakan oleh seluruh pengguna lainnya. Semakin besar komunitas pengguna yang dimiliki oleh suatu platform, semakin tinggi pula daya tarik platform tersebut bagi pengguna baru maupun pelaku usaha yang ingin memanfaatkan layanan yang tersedia. Mekanisme ini menciptakan proses pertumbuhan yang bersifat kumulatif dan berkelanjutan, di mana platform yang telah berhasil memperoleh basis pengguna yang besar akan semakin mudah memperluas dominasinya dibandingkan dengan pesaing yang masih berada pada tahap awal perkembangan. Akibatnya, persaingan pasar digital cenderung mengarah pada fenomena *winner-takes-all*, yaitu kondisi ketika satu atau beberapa platform besar mampu menguasai sebagian besar pasar dan menyisakan ruang kompetisi yang sangat terbatas bagi pelaku usaha lainnya. Dalam situasi seperti ini, pelaku usaha baru tidak hanya harus bersaing dari segi kualitas layanan atau inovasi teknologi, tetapi juga harus menghadapi hambatan struktural berupa kesulitan memperoleh jumlah pengguna yang cukup untuk menciptakan efek jaringan yang sebanding dengan platform dominan. Kondisi tersebut pada akhirnya melahirkan *barriers to entry* yang semakin tinggi dan memperbesar kemungkinan terjadinya konsentrasi pasar pada segelintir perusahaan digital berskala besar.

Dominasi tersebut bahkan menjadi semakin kuat ketika dikombinasikan dengan kemampuan perusahaan digital dalam mengumpulkan, mengolah, dan memanfaatkan data pengguna dalam jumlah yang sangat besar. Data yang terkumpul dari aktivitas pengguna memungkinkan platform untuk memahami preferensi konsumen secara lebih akurat, menyempurnakan algoritma yang digunakan, serta menciptakan layanan yang semakin personal dan sulit ditandingi oleh pesaing baru. Semakin banyak data yang berhasil dihimpun, semakin tinggi pula kualitas layanan yang dapat diberikan, dan pada saat yang sama semakin besar pula daya tarik platform tersebut bagi pengguna baru. Siklus ini menciptakan akumulasi kekuatan pasar yang terus meningkat dan berpotensi menghasilkan posisi dominan yang sulit diganggu oleh kompetitor. Oleh sebab itu, dalam ekonomi digital modern, ukuran kekuatan pasar tidak lagi dapat dilihat hanya dari besarnya penjualan atau pangsa pasar konvensional, tetapi juga harus memperhatikan penguasaan data, kontrol terhadap ekosistem digital, tingkat ketergantungan pengguna, serta kemampuan platform dalam menentukan aturan interaksi yang berlaku di dalam pasar yang diciptakannya sendiri.

Berdasarkan kondisi tersebut, kelompok kami berpendapat bahwa penggunaan instrumen hukum persaingan usaha yang masih bertumpu pada paradigma ekonomi industri abad ke-20 berisiko tidak mampu mengidentifikasi secara tepat bentuk-bentuk kekuatan pasar baru yang muncul dalam era digital. Oleh karena itu, KPPU perlu mengembangkan metode analisis yang lebih adaptif dan progresif dengan mempertimbangkan karakteristik khusus pasar digital, termasuk efek jaringan, penguasaan data, integrasi layanan, serta kemampuan platform dalam mengendalikan akses terhadap pasar. Tanpa adanya penyesuaian tersebut, hukum persaingan usaha nasional berpotensi mengalami kesulitan dalam mendeteksi dan

mengendalikan akumulasi kekuatan ekonomi yang dapat mengarah pada praktik monopoli maupun penyalahgunaan posisi dominan di sektor digital. Oleh karena itu, kelompok kami menegaskan bahwa pembuktian hukum terhadap penyalahgunaan posisi dominan di era digital tidak boleh lagi sekadar menunggu adanya bukti tertulis mengenai perjanjian larangan berdagang, melainkan harus mulai bergeser pada analisis forensik algoritma digital guna membuktikan adanya diskriminasi sistematis di dalam sistem platform.

C. Problematika Hukum Predatory Pricing dan Strategi Bakar Uang dalam Akuisisi Konsumen

Dimensi persaingan usaha digital di Indonesia juga diwarnai oleh fenomena strategi pemasaran yang sangat agresif yang populer dengan istilah strategi bakar uang atau *burning money*. Perusahaan platform digital berskala besar yang disokong oleh modal ventura global sering kali secara sengaja menggelontorkan dana yang luar biasa besar untuk memberikan subsidi harga, diskon ekstrem, hingga layanan gratis dalam jangka waktu yang sangat lama demi mengakuisisi basis konsumen secara instan. Dari sudut pandang perlindungan konsumen jangka pendek, strategi ini tentu disambut baik karena mendatangkan efisiensi biaya yang masif bagi masyarakat. Namun, kelompok kami memandang fenomena ini dari sudut kacamata hukum persaingan usaha sebagai bentuk kamufase dari praktik jual rugi atau *predatory pricing* yang bertujuan untuk menyingkirkan para pesaing konvensional maupun pelaku usaha sejenis yang tidak memiliki bantalan modal yang kuat.

Masalah hukum substantif muncul ketika KPPU mencoba menjerat fenomena bakar uang ini menggunakan instrumen Pasal 20 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang mengatur larangan memasok barang atau jasa dengan cara melakukan jual rugi. Standar pembuktian hukum perdata kompetisi konvensional mewajibkan adanya pembuktian bahwa harga jual yang ditawarkan oleh pelaku usaha berada di bawah biaya variabel rata rata atau *Average Variable Cost* dan dilakukan dengan niat predatoris untuk mematikan kompetitor agar pelaku usaha tersebut dapat menaikkan harga secara monopoli di masa depan. Kelompok kami menilai struktur pembuktian ini sangat sulit diterapkan pada platform digital, mengingat biaya marginal atau *marginal cost* untuk menambah satu pengguna baru di dunia digital sering kali mendekati angka nol, sehingga parameter biaya variabel tradisional menjadi tidak lagi relevan untuk dijadikan alat ukur kepastian hukum.⁴

Selain itu, platform digital dapat dengan mudah mengelak dari tuduhan *predatory pricing* dengan berargumen bahwa kerugian finansial yang mereka alami pada tahun tahun awal operasional bukanlah strategi pemandulan kompetisi, melainkan bagian dari biaya investasi teknologi dan akuisisi konsumen yang wajar dalam model bisnis *startup*. Ketidadaan batasan waktu yang jelas mengenai berapa lama sebuah promosi diskon boleh diberikan menyebabkan praktik jual rugi terselubung ini terus berlangsung tanpa tersentuh hukum. Akibatnya, kelompok kami melihat banyak pusat perbelanjaan konvensional, pasar tradisional, serta pelaku industri retail domestik berguguran karena tidak mampu mengimbangi harga predatoris yang disubsidi oleh modal asing, yang pada akhirnya justru melahirkan struktur pasar yang semakin terkonsentrasi dan monopolistik.⁵

⁴ Aditya Pratama, "Dilema Pembuktian *Predatory Pricing* dalam Strategi Bakar Uang Platform Digital," *Jurnal Hukum Komersial* 8, no. 3 (2024): hlm. 209.

⁵ Sih Yuliana Wahyuningtyas, *Hukum Persaingan Usaha dalam Ranah Ekonomi Digital di Indonesia* (Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2021), hlm. 118.

D. Urgensi Reformasi Hukum Acara dan Amandemen Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Paparan mengenai berbagai modus operandi anti persaingan di atas pada akhirnya mempertegas kesimpulan bahwa kerangka regulasi persaingan usaha di Indonesia saat ini sudah mengalami keteringgalan zaman yang cukup parah atau *regulatory lag*. Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 dibentuk pada masa transisi ekonomi Indonesia untuk mengatasi praktik kartel konglomerasi fisik era Orde Baru, sehingga substansi pasalnya sama sekali belum mengantisipasi lahirnya kekuatan pasar baru yang digerakkan oleh penguasaan *big data*, kecerdasan buatan, dan penguasaan jaringan platform lintas batas negara. Kelompok kami memandang bahwa tanpa adanya upaya reformasi hukum yang radikal dan komprehensif terhadap hukum positif persaingan usaha nasional, maka KPPU akan terus kehilangan taringnya dalam menghadapi dominasi perusahaan teknologi multinasional yang mengendalikan urat nadi perekonomian digital domestik.

Salah satu titik krusial yang mendesak untuk segera diamandemen adalah mengenai penguatan kewenangan kelembagaan dan hukum acara KPPU. Dalam memeriksa dugaan pelanggaran persaingan di sektor digital yang melibatkan teknologi enkripsi dan kompleksitas algoritma, KPPU sering kali terbentur oleh keterbatasan kewenangan eksekusi yang mereka miliki. Berbeda dengan otoritas persaingan usaha di beberapa negara maju, KPPU tidak memiliki wewenang untuk melakukan penggeledahan secara mandiri (*dawn raids*) maupun melakukan penyitaan terhadap server atau dokumen digital pelaku usaha tanpa bantuan kepolisian.⁶ Keterbatasan ruang gerak ini menyebabkan proses pengumpulan alat bukti menjadi sangat lambat dan rentan mengalami kebocoran informasi, sehingga pelaku usaha digital dapat dengan mudah menghapus rekam jejak digital mereka sebelum sempat diperiksa secara forensik oleh tim ahli komisi.

Bukan hanya itu, sistem pengawasan penggabungan atau peleburan badan usaha (*merger control*) di Indonesia juga harus segera diubah dari sistem yang bersifat pasca notifikasi (*post merger notification*) menjadi sistem pra notifikasi (*pre merger notification*). Di dalam ekonomi digital, merger yang dilakukan oleh platform raksasa sering kali berupa tindakan *killer acquisitions*, yaitu akuisisi terhadap perusahaan rintisan kecil yang memiliki potensi teknologi inovatif sebelum perusahaan tersebut tumbuh menjadi pesaing yang mengancam dominasi mereka. Karena nilai transaksi akuisisi tersebut sering kali berada di bawah ambang batas aset wajib lapor tradisional, merger berbahaya ini kerap kali lolos dari radar pengawasan KPPU. Oleh karena itu, kelompok kami merekomendasikan bahwa pembaruan hukum harus diarahkan pada penerapan batasan nilai transaksi (*transaction value threshold*) sebagai dasar wajib lapor, demi menyelamatkan potensi inovasi lokal dari cengkeraman monopoli ekosistem platform raksasa.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis komprehensif yang telah dilakukan oleh kelompok kami, penelitian ini berhasil merumuskan beberapa simpulan mendasar yang menjawab secara tegas seluruh permasalahan dominasi pasar platform digital sebagaimana yang telah digariskan di dalam abstrak. Pertama, penelitian ini membuktikan secara nyata bahwa karakteristik platform digital sebagai *multi sided market* yang menerapkan strategi *zero price economy* telah memicu disrupsi doktriner yang sangat hebat terhadap

⁶ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia: Tantangan Rezim Ekonomi Digital* (Jakarta: Kencana, 2022), hlm. 215.

penentuan pasar bersangkutan. Parameter konvensional hukum kompetisi yang bertumpu pada indikator harga dan volume fisik terbukti kehilangan relevansi yuridisnya karena persaingan digital tidak lagi memperebutkan nilai moneter melainkan bergeser pada penguasaan *big data* dan perhatian pengguna. Akibatnya, ketertinggalan regulasi ini menyebabkan akumulasi kekuatan pasar monopolistik secara alami yang tidak mampu dideteksi oleh instrumen pengujian klasik.

Kelompok kami menyimpulkan bahwa penguasaan pasar yang timpang tersebut termanifestasi ke dalam berbagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan yang sangat halus dan terintegrasi secara teknologis. Praktik anti persaingan modern seperti *self preferencing* melalui manipulasi algoritma pencarian serta penguncian ekosistem via *tying agreement* terbukti telah mematikan potensi pelaku UMKM domestik secara sistematis. Lebih dari itu, hambatan penegakan hukum semakin diperparah oleh tidak relevannya standar pembuktian biaya variabel rata rata dalam menjerat praktik *predatory pricing* terselubung di balik strategi bakar uang, mengingat biaya marginal digital yang mendekati angka nol selalu dijadikan tameng pembenaran investasi oleh para pelaku usaha raksasa untuk menyingkirkan kompetitor lokal.

Sebagai rekomendasi akademis dan praktis, penelitian ini menegaskan bahwa reformasi hukum persaingan usaha di Indonesia sudah menjadi urgensi nasional yang sangat mendesak demi menjaga kedaulatan ekonomi domestik. Pemerintah bersama lembaga legislatif harus segera melakukan amandemen radikal terhadap Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 untuk memperluas instrumen hukum acara KPPU melalui adopsi pendekatan forensik algoritma dan penguatan wewenang pengumpulan alat bukti digital tanpa hambatan birokrasi sektoral. Selain itu, perubahan sistem pengawasan merger dari pasca notifikasi menjadi sistem pra notifikasi (*pre merger notification*) yang berbasis batasan nilai transaksi wajib diimplementasikan guna membendung strategi *killer acquisitions* dan menyelamatkan iklim inovasi teknologi para pelaku usaha rintisan di dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Cynthia. "Perlindungan Data Pribadi dan Kaitannya dengan Kekuatan Pasar Dominan Platform Digital di Indonesia." *Jurnal Hukum Ekonomi dan Teknologi* 3, no. 2 (2024): 110 sampai 125.
- KPPU RI. *Pedoman Penilaian Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Ekonomi Digital*. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2023.
- Kusuma, Angga. "Ekosistem *Winner Takes All* dan Hambatan Masuk Pasar (*Barriers to Entry*) dalam Industri Digital Indonesia." *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik* 6, no. 1 (2025): 75 sampai 92.
- Nugroho, Susanti Adi. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia: Tantangan Rezim Ekonomi Digital*. Jakarta: Kencana, 2022.
- Pratama, Aditya. "Dilema Pembuktian *Predatory Pricing* dalam Strategi Bakar Uang Platform Digital." *Jurnal Hukum Komersial* 8, no. 3 (2024): 201 sampai 218.
- Ramadhan, Rizky. "Praktik *Self Preferencing* oleh Platform *E Commerce* Raksasa dalam Perspektif Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999." *Jurnal Hukum Bisnis Indonesia* 11, no. 2 (2023): 88 sampai 104.

- Rifai, Muhammad. "Urgensi Penerapan *Pre Merger Notification* dalam Mencegah Praktik *Killer Acquisitions* di Sektor Digital Indonesia." *Jurnal Hukum dan Pasar Modal* 13, no. 1 (2025): 38 sampai 52.
- Setyawan, Budi. "Analisis Pasar Bersangkutan (*Relevant Market*) pada Platform Digital *Multi Sided Market* di Indonesia." *Jurnal Persaingan Usaha* 4, no. 1 (2022): 15 sampai 32.
- Wahyuningtyas, Sih Yuliana. *Hukum Persaingan Usaha dalam Ranah Ekonomi Digital di Indonesia*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2021.
- Indonesia. *Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.